

**STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)  
DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA  
(Study pada Industri Ikat Tenun di Parengan  
Kecamatan Maduran-lamongan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh :**

**NURUL HIDAYATI  
NPM : 0742010076**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2011**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur terhadap Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Mengembangkan Usahanya (Study Pada Industri Tenun Ikat di Parengan Kecamatan Maduran-Lamongan)”**

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih pada bapak **R.Y. Rusdianto, S.Sos. M.Si** selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, Ec, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Alm. Sadjudi, Drs, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Nurhadi, Drs M. Si., selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Kedua orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materiil sehingga dapat terselesaikannya laporan skripsi ini.
6. Kepada pihak yang telah membantu bapak Miftakhul Khoiri selaku pemilik UD. PARADILA, kepada Bapak Subchan selaku pemilik UD. SUCI UTAMA, dan Bapak Mukhlisin yang telah menerima peneliti dengan baik selama melaksanakan pengambilan data.
7. Saudara dan teman-teman yang sudah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, sehingga saran dan kritik sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei , 2011

Penulis

**STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**

**DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA**

**(Study pada Industri Tenun Ikat di Parengan**

**Kecamatan Maduran-Lamongan)**

**Disusun Oleh:**

**Nurul Hidayati**  
**0742010076**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui:**

**Pembimbing**

**R.Y. Rusdianto, S.Sos. M.Si**  
**NIP. 372069500461**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NPT: 195507181983022001**

**STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)  
DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA  
(Study pada Industri Tenun Ikat di Parengan  
Kecamatan Maduran-Lamongan)**

**Oleh:**

**Nurul Hidayati  
0742010076**

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 27 Mei 2011.**

**PEMBIMBING**

**R.Y. Rusdianto, S.Sos. M.Si  
NIP : 372069500461**

**TIM PENGUJI**

**Ketua**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si  
NPT: 195507181983022001**

**Sekretaris**

**R.Y. Rusdianto, S.Sos. M.Si  
NIP : 372069500461  
Anggota**

**Drs. Nurhadi, M.Si  
NIP. 196902011994031001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si  
NPT: 195507181983022001**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan dan Pengesahan Ujian Skripsi.....	ii
Halaman Persetujuan dan Pengesahan Ujian Skripsi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstraksi.....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Focus Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1. Usaha Mikro KeciL Menengah.....	8
2.1.1.1.Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah.....	8
2.1.1.2. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil Menengah.....	9

2.1.1.3. Tantangan, Masalah dan Pengembangan Usaha	
Mikro Kecil Menengah.....	12
2.1.1.4. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah.....	15
2.1.1.5. Hakikat, Bentuk dan Usaha Mikro Kecil Menengah.....	17
2.1.1.6. Keunggulan dan Kelemahan Usaha Mikro	
Kecil Menengah.....	18
2.1.2. Strategi Fungsional.....	20
2.1.2.1. Pengertian Strategi Fungsional.....	20
2.1.2.2. Strategi Dibidang Pemasaran.....	20
2.1.2.3 Strategi di Bidang Produksi.....	28
2.1.2.3.1 Pengertian Proses Produksi.....	28
2.1.2.3.2 Persediaan Bahan Baku.....	30
2.1.2.4. Strategi dibidang Manajemen Sumber Daya Manusia..	32
2.1.2.4.1 Penarikan Tenaga Kerja.....	32
2.1.2.4.2 Seleksi.....	33
2.1.2.4.3 Pelatihan dan Pengembangan.....	35
2.1.2.4.4 Evaluasi Prestasi.....	36
2.1.2.5 Strategi di Bidang Keuangan.....	36
2.1.2.5.1 Sistem Administrasi dan Pembukuan.....	37
2.1.2.5.2 Analisis Keuangan Industri Kecil.....	38
2.2 Kerangka Berpikir.....	39

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
3.2. Batasan Masalah Penelitian.....	45
3.3. Lokasi Penelitian.....	45
3.4. Unit Analisis Penelitian.....	46
3.5. Subjek dan Informan Penelitian.....	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7. Teknik Analisis Data.....	51
3.8. Penguji Keabsahan Data.....	52

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2 Hasil dan Penyajian Data .....	56
4.2.1 UD. PARADILA.....	58
4.2.1.1 Strategi di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.....	60
4.2.1.2 Strategi di Bidang Pemasaran.....	61
4.2.1.3 Strategi di Bidang Keuangan.....	65
4.2.2 UD. SUCI UTAMA.....	67
4.2.2.1 Strategi di Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.....	69
4.2.2.2 Strategi di Bidang Pemasaran.....	70
4.2.2.3 Strategi di Bidang Keuangan.....	73
4.2.3 Pengusaha 2, Bapak Mukhlisin.....	74
4.2.3.1 Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia.....	76
4.2.3.2 Strategi di Bidang Pemasaran.....	77



4.2.3.3 Strategi di Bidang Keuangan.....	80
4.3 Stretegi Di Bidang Produksi.....	81
4.3.1 Bahan Baku.....	81
4.3.2 Proses Produksi .....	89
4.4 Pembahasan.....	96
4.4.1 Strategi Di Bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.....	96
4.4.2 Strategi di Bidang Pemasaran.....	98
4.4.3 Strategi di Bidang Keuangan.....	100
4.4.4 Strategi di Bidang Produksi.....	100
4.4.5 Perbandingan usaha yang telah berkembang dan masih dalam pengembangan.....	102

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	104
5.2 Saran .....	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	106

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1 Omset tahun 2007-2009 .....	67
Tabel 4.2 Penggolongan bahan baku dan kualitas benang.....	82
Tabel 4.3 Upah pekerja tenun ikat sesuai dengan jenis pekerjaan.....	97
Tabel. 4.4 Penggolongan Bahan Baku, Kualitas Benang dan harga.....	99
Tabel 4.5 Perbandingan usaha telah berkembang dan masih dalam Pengembangan.....	102

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Bagan Proses Seleksi.....	34
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4.1 Alur proses pembuatan kain tenun ikat Parengan.....	101

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. UD. PARADILA .....	109
Lampiran 2. UD. SUCI UTAMA.....	114
Lampiran 3. Pengusaha (Bapak Mukhlisin).....	119
Lampiran 4. Untuk pegawai.....	123
Lampiran 5. Proses Produksi tenun ikat.....	125
Lampiran 6. Contoh Motif tenun Ikat.....	128

**STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**  
**DALAM MENGEMBANGKAN USAHANYA**  
**(Study pada Industri Ikat Tenun di Parengan**  
**Kecamatan Maduran-lamongan)**

**OLEH**

**NURUL HIDAYATI**

**ABSTRAKSI**

Pertumbuhan ekonomi di era globalisasi salah satunya ditandai dengan semakin berkembangnya dunia usaha di segala bidang. Salah satu usaha untuk memperluas lapangan pekerjaan adalah dengan mengembangkan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pentingnya sektor UMKM di Indonesia adalah untuk pemeratakan perekonomian penduduk, dan untuk menunjang perkembangan sektor-sektor yang lain. Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitian di Parengan, Kecamatan Maduran-Lamongan, yaitu UMKM yang bergerak dibidang kerajinan tenun ikat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh UMKM di Parengan, Kecamatan Maduran-Lamongan,. Strategi bisnis tersebut meliputi strategi keuangan, strategi produksi, strategi manajemen sumber daya manusia, dan strategi pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Teknik yang akan digunakan untuk menumpulkan sumber data adalah teknik pengumpulan data *in depth interview* (wawancara mendalam), *participant observasi* (observasi berperan serta), dan studi literature.

Tujuan mereka untuk mendirikan usaha adalah ingin membuka lapangan pekerjaan serta menumbuhkan pada remaja rasa cinta pada produk asli Parengan yaitu tenun ikat karena banyaknya remaja yang kurang memperhatikan tenun khas parengan. Usaha tenun ikat telah melibatkan 2.700 pekerja dan 30 pengusaha tenun ikat.

Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa dalam strategi produksi dalam bidang kerajinan tenun ikat tidak jauh berbeda yaitu dengan differensiasi produk dalam hal bentuk maupun jenisnya.

Strategi keuangan dalam hal ini adalah modal yang digunakan untuk mendirikan usaha adalah modal sendiri dan modal pinjaman dari bank, serta pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis. Strategi sumber daya manusia, usaha tersebut mempekerjakan antara 30 hingga 150 orang pekerja hampir semua tenaga kerja diperoleh dari masyarakat dan desa sekitar, dengan keseluruhan system gaji secara borongan. Strategi pemasaran, untuk produk kain tenun ikat melalui internet, pameran, membuka showroom dan juga melalui agen.

Kata kunci : Pengusaha Tenun Ikat, Strategi Pemasaran, Strategi Keuangan, Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Strategi Produksi.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam era pasar bebas dimana situasi pasar yang semakin kompetitif serta penuh dengan ketidakpastian, setiap akan dihadapkan pada persaingan yang ketat. Hal ini yang mengharuskan perusahaan untuk dapat melakukan aktifitas yang seefektif mungkin dan seefisien. Sehingga perusahaan tersebut dapat meningkatkan daya saingnya dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin dalam jangka waktu yang lama.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara, meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa namun jumlah UMKM sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk Negara. Peran penting tersebut telah mendorong banyak Negara termasuk Negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Terdapat tiga alasan yang mendasari Negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM yaitu, **Pertama** karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif, **Kedua** sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi, **Ketiga** adalah karena sering diyakini bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.

Sampai saat ini masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah masalah permodalan,. Sebagian besar modal tersebut berasal dari modal sendiri. Perkembangan UMKM dari waktu ke waktu secara rutin harus dilakukan pengkajian, penyempurnaan dan peningkatan. Hal ini masalah yang dihadapi adalah kondisi pengusaha pada umumnya lemah dalam kredit modal kerja. Permasalahan modal tersebut timbul karena tidak adanya titik temu Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia antara lain adalah masih belum menjalankan bisnisnya dengan prinsip-prinsip manajemen modern, tidak/belum memiliki badan usaha resmi, serta keterbatasan asset yang dimiliki. Sementara itu, di sisi kreditur, pemodal atau lembaga pembiayaan untuk melindungi resiko kredit menuntut adanya kegiatan bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip manajemen modern, izin usaha resmi serta adanya jaminan (*collateral*). Lembaga perbankan menjadi salah satu sumber modal, secara optimal masih belum membantu permasalahan yang dihadapi usaha kecil menengah. Relatif tingginya tingkat bunga kredit perbankan, prosedur serta persyaratan pengajuan kredit yang relative sulit untuk dipenuhi, serta tidak adanya jaminan merupakan alasan utama bagi sebagian besar Usaha Mikro Kecil Menengah untuk tidak mengajukan kredit kepada perbankan, untuk usaha kecil menengah dengan segala keterbatasannya masih sulit untuk meraih modal dari sumber-sumber modal dan lembaga-lembaga keuangan non-bank.



Selain permodalan, masalah yang dihadapi oleh usaha kecil adalah bagaimana dan dimana produk itu dipasarkan. Konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk itu sampai pada pelanggan, akan tetapi lebih fokus pada apakah produk itu dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berujung pada tercapainya kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan.

Pada sektor Industri, Kabupaten Lamongan banyak memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tersebar hampir disetiap kecamatan. Usaha kecil menengah yang merupakan bentuk kemandirian masyarakat tersebut bergerak di bidang pertanian, perkebunan, kerajinan, peternakan, pertambakan, dan sebagainya. Mengenai pemasaran, Pemkab Lamongan mendirikan gedung pusat promosi dan penjualan produk unggulan. Letak gedung yang strategis diharapkan dapat menarik perhatian orang-orang dari berbagai daerah untuk berkunjung dan berbelanja. Potensi perkembangan menuju terciptanya tatanan perekonomian yang lebih mantap semakin kelihatan di Kabupaten Lamongan. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) menetapkan Kabupaten Lamongan sebagai salah satu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) dari tujuh kawasan ekonomi khusus yang ada di Indonesia. Tujuan penetapan kawasan ekonomi khusus (KEK) adalah untuk merangsang pertumbuhan ekonomi agar berjalan lebih cepat lagi di suatu daerah propinsi.

Pada sektor Industri pengolahan, keunggulan potensi sektor ini banyak ditopang oleh besarnya keberadaan Industri rumah tangga (IRT) dan Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) yang ada. Berdasarkan data tahun 2006 , di Kabupaten Lamongan berkembang 13.676 unit industri non formal dan 445 unit industri formal yang kesemuanya memberikan kontribusi yang tidak sedikit terhadap perekonomian daerah dan penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Lamongan.

([http://Kabupaten Lamongan - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.mht](http://KabupatenLamongan-Wikipedia-bahasa-Indonesia-ensiklopedia-bebas.mht))

Pada tahun 2008 potensi Industri Kecil dan Kerajinan Rakyat di Kabupaten Lamongan mengalami peningkatan yaitu jumlah industri kecil baik formal maupun non formal mencapai sebanyak 23.843 unit usaha, dan menyerap tenaga kerja 63.762 orang, nilai investasi Rp.41.503.182.000,00 dengan nilai produksi terjual Rp. 103.449.400.000,00. Potensi itu kebanyakan perusahaan dibidang makanan dan minuman, sandang dan kulit, kimia dan bahan bangunan, kerajinan, dan logam emas, sedangkan industri skala menengah dan besar terdapat 315 unit usaha, tenaga terserap sebanyak 6.622 orang dengan nilai investasi Rp. 39.888.782.000,00.

([http://liputan86.blogspot.com/2008\\_12\\_01\\_archive.html](http://liputan86.blogspot.com/2008_12_01_archive.html))

Salah satu dari usaha kecil yang berkembang adalah kerajinan tenun , seni tenun menenun sejak dulu dilakukan oleh nenek moyang masyarakat disana. Seni kerajinan tenun ikat yang berwarna warni dan kaya akan motif hias, dikerjakan para perajin hampir di seluruh daerah di Indonesia yang

setiap tenunannya berciri khas sesuai dengan budaya setempat. Biasanya, kain tenun dibuat untuk kelengkapan upacara adat seperti dalam ritual merayakan kelahiran anak, perkawinan dan kematian. Selain itu juga dipakai sebagai kain busana adat. Kini, selain untuk fungsi tersebut, kain tenun juga dapat digunakan sebagai penunjang interior.

Di Kabupaten Lamongan terdapat sentra industri tenun ikat, tepatnya di desa Parengan kecamatan Maduran yang sudah merambah hingga pasar timur tengah. Di desa ini, terdapat sedikitnya 30 orang pengrajin tenun ikat yang rata-rata telah menekuni usahanya secara turun temurun. Usaha tenun ikat di desa Parengan melibatkan 2.700 tenaga kerja, pembuatan tenun ikat di desa Parengan bersifat padat karya, dari bahan baku diolah menjadi barang jadi yang dikerjakan secara borongan oleh para pengrajin. Oleh karena itu pengrajin tenun ikat tidak berada pada satu lokasi saja melainkan di satu lokasi saja, melainkan tersebar di rumah-rumah pengrajin termasuk di berbagai desa sekitar, Untuk saat ini ada dua bentuk yaitu tenun ikat sarung dan busana.

Tenun ikat di desa parengan Kecamatan Maduran-Lamongan mempunyai kekhasan dan keunikan tersendiri bila dibandingkan dengan produk tenun buatan pabrik. Keunikan dari tenun ikat ini adalah praktis pada pemakaiannya, tenun ikat dibuat oleh perorangan sehingga memiliki corak yang sangat banyak dengan ciri khas timbul dipermukaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Lamongan khususnya di desa parengan Kecamatan Maduran-Lamongan untuk mempertahankan usahanya agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan produk lainnya.

### **1.2. Focus Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada kerajinan tenun ikat di desa Parengan Kecamatan Maduran-lamongan, focus penelitian diarahkan pada strategi bisnis yang digunakan pada UMKM tersebut yang meliputi beberapa bidang yaitu pemasaran, produksi, manajemen sumber daya manusia, dan keuangan sehingga mampu bersaing dengan produk lainnya.

### **1.3. Perumusan masalah**

Bagaimana strategi bisnis yang digunakan Usaha Mikro Kecil Menengah yang berlokasi di desa Parengan Kecamatan Maduran-Lamongan untuk mengembangkan usahanya tersebut yang meliputi dibidang Pemasaran, Produksi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Keuangan ?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yang berlokasi di desa Parengan Kecamatan Maduran - Lamongan.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai :

1. Bagi perusahaan, sebagai masukan bagi perusahaan industry tenun ikat dalam mengembangkan usahanya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau bahan pertimbangan selanjutnya, khususnya Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan topic sejenis.